MANUAL DE CARGOS

Dependencia:	Dirección de Investigación de Mercados	**Área:**	División Mercadeo Táctico
Código del Cargo:	3017.03	**Código del Puesto:**	3017
Categoría:	25	**Nombre del Puesto:**	Jefe de división 2
Nombre del Cargo:	Jefe de División Mercadeo Táctico	**Reporta a:**	Director Investigación y Desarrollo de Mercados
Objetivo del Cargo:	Planear, organizar, coordinar, dirigir y controlar las actividades, labores y procesos que se realizan en la División de Mercadeo Táctico, con el propósito de definir, diseñar e implementar las estrategias y políticas en la materia que le compete. Asesorar al Conglomerado Financiero en todo lo referente a los estudios técnicos y profesionales en materia de mercadeo, publicidad, relaciones publicas , marketing digital y la integración de planes tácticos de mercado para su integración en medios digitales y masivos. Velar por el logro de los objetivos de toda su área y dirigir el enfoque estratégico que se le brinda a la división de mercadeo Táctico para el alcance de las metas del Conglomerado Financiero. Apoyar a la Jefatura en otras funciones que requiera.		

MACRO PROCESO	PROCESO	ACTIVIDAD	FUNCIONES PRINCIPALES
			1. Cumplir con los tiempos de respuesta establecidos para las funciones correspondientes al cargo.
			2. Supervisar periódicamente el cumplimiento de los tiempos de respuesta establecidos en las funciones de su personal a cargo.
			3. Asesorar a la Dependencia respectiva, asignando y supervisando la ejecución de estudios técnicos y profesionales llevados a cabo en la materia que le corresponda en la División a cargo, relacionados con las áreas, actividades, operaciones, proyectos, contrataciones, desarrollo de productos; entre otros.
			4. Emitir directrices al equipo de trabajo a cargo, referente a las prioridades a realizar de acuerdo a los planes de trabajo del área.
			5. Programar, planear, coordinar, dirigir y supervisar las actividades relacionadas con las áreas adscritas y sugerir mejoras a los mismos.
			6. Evaluar la gestión de su quipo de trabajo en cuanto a los trabajos realizados y el cumplimiento de las metas, revisión de la gestión y la aplicación de las medidas correctivas.
			7. Preparar y presentar informes Profesionales sobre la gestión, las investigaciones, los trabajos realizados y sobre el grado de cumplimiento del Plan Anual Operativo.
			8. Atender consultas verbales y escritas de las diferentes Dependencias del Conglomerado Financiero, sobre aspectos relacionados con la materia de su competencia.
			9. Supervisar el seguimiento a los acuerdos de Junta Directiva Nacional, Hojas de Trámite de la Gerencia General y de las Subgerencias Generales de Operaciones y de Negocios.
			10. Supervisar el seguimiento a las recomendaciones emitidas por la Auditoría Interna del Conglomerado Financiero que le compete a su División.
			11. Asesorar al Conglomerado Financiero en la planeación, organización, coordinación y dirección de las actividades relacionadas con temas mercadológicos.
			12. Dirigir, controlar, y fiscalizar los contratos que se formalizan con las Agencias de Publicidad externas.
			13. Desarrollar en conjunto con la Dirección de Investigación de Mercados el esquema de trabajo para una adecuada gestión y ejecución de lo dispuesto en el Plan de Mercadeo Corporativo, considerando el mercadeo directo, masivo, relacional, interno y digital.
			14. Controlar y fiscalizar los Planes de Mercadeo y su presupuesto.
			15. Coordinar con las Jefaturas a su cargo los distintos Planes Tácticos de Mercadeo para su integración en medios digitales y masivos.
			16. Aprobar la producción de los contenidos para los sitios web del Conglomerado Financiero.
			17. Supervisar desde el punto de vista técnico las campañas de productos y servicios, eventos y actividades promocionales, así como las campañas y estrategias de mercadeo digital, asegurando el correcto funcionamiento.
			18. Supervisar, fiscalizar y delegar la atención logística con las Agencias de Publicidad externas, de acuerdo a la necesidades mercadológicas del Conglomerado Financiero.
			19. Promover el Mercadeo Social responsable.
			20. Definir en conjunto con las Jefaturas a su cargo, los planes de trabajo respectivos y velar por que se cumplan las actividades establecidas en las fechas pactadas.
			21. Analizar la rentabilidad de las acciones de mercadeo a su cargo según los indicadores definidos.
			22. Cumplir con los objetivos cualitativos y cuantitativos asignados, verificando que la documentación existente en cada contratación, sea implementada de manera consistente por el personal responsable.
			23. Atender la normativa y recomendaciones realizadas por los entes de control y supervisión.
			24. Evaluar las estrategias, métodos y procedimientos de trabajo con el fin de proponer los ajustes o cambios para lograr mayores niveles de eficiencia de la División a su cargo.
			25. Asistir a distintas reuniones para coordinar, discutir, analizar y resolver diversos asuntos propios de su División.
			26. Dirigir las estrategias de mercadeo digital en los diferentes canales y dar seguimiento al cumplimiento de la compra de los medios digitales y el uso de las herramientas de medición y análisis.
			27. Atender a los enlaces de las Agencias Publicitarias Externas, personalmente o vía telefónica para brindarles información, resolver sus consultas y orientarlos en la ejecución de sus gestiones.
			28. Planear, organizar y dirigir el plan de patrocinios, participaciones publicitarias y eventos que realice el Conglomerado Financiero.
			29. Cumplir con los lineamientos establecidos en las políticas de: Mercadotecnia de productos y servicios, Patrocinios, Comunicación y Mercadeo Social.
			30. Cumplir las acciones que permitan una imagen positiva del Conglomerado Financiero, promoviendo la permanencia y posicionamiento de la marca.
			31. Colaborar en la ejecución de actividades o proyectos establecidos para el Área, División o Dirección de alcance Institucional.
			32. Cumplir con los tiempos de respuesta establecidos para las funciones correspondientes al cargo.
			33. Ejecutar otras funciones propias del Área, División o Dirección.

			FUNCIONES RELACIONADAS CON RIESGO
			34. Velar por una adecuada gestión de los riesgos que pueden impactar sobre los Planes Estratégicos del Conglomerado a los cuales se encuentran asociados.
			35. Establecer y clasificar los riesgos relevantes asociados al logro de los objetivos y las metas institucionales, relacionados directamente a la administración de los riesgos operativos, normativos, financieros, de proyectos, tecnológicos y reputacionales.
			36. Considerar y aplicar la metodología institucional de administración de riesgos establecida a nivel del Conglomerado Financiero, así como las herramientas y técnicas para identificar los distintos tipos de riesgos a que se encuentra expuesta la entidad.
			37. Definir los Planes de Mitigación correspondiente a los riesgos identificados dentro de los procesos relacionados a la dependencia, áreas, unidades o equipos de trabajo a su cargo.
			38. Definir y dar seguimiento a las medidas adoptas para el funcionamiento adecuado del sistema de valoración del riesgo y promover una cultura de riesgo orientada al logro de resultados.
			39. Promover que el personal a su cargo conozca sobre la normativa de riesgo aplicable a su área, como parte de la Cultura de Riesgo.
			40. Le puede corresponder participar activamente en los diferentes Comités o comisiones definidos para el Conglomerado para conocer los planes de acción y medidas a tomar para minimizar el impacto de los riesgos inherentes en su campo de acción.
			41. En caso de materializarse un evento de riesgo es responsable de reportarlo directamente a la Dirección Corporativa de Riesgo, para su análisis y seguimiento.
CÓDIGO	**REQUISITOS EXIGIBLES**		
	Formación Académica:	Licenciatura en Mercadeo o Licenciatura en Publicidad. Preferiblemente con Maestría en Mercadeo o Marketing Digital.	
	Legales:	Incorporado al Colegio Profesional respectivo.	
	Experiencia:	Tres años de experiencia en labores relacionadas con el objetivo del cargo.	
CÓDIGO	*** REQUISITOS TÉCNICOS EXIGIBLES**		
	1. Marketing Integral e Imagen.		
	2. Mercadeo digital: Search Engine Optimization (SEO), Engine Marketing (SEM) o Mobile Marketing.		
	3. Definición de Estrategias de Marketing Digital.		
	4. Campañas publicitarias masivas, producción audiovisual, gráfica y análisis de planes de mercadeo.		
	5. Definición de Estrategias de Comunicación.		
	6. Definición de Estrategias Creativas y Estrategias de Medios.		
	7. Definición de Estrategias de medios.		
	8. Manejo y Control Presupuestario.		
	9. Manejo de Agencias de Publicidad.		
	10. Ley Contratación Administrativa.		
	11. Definición de Estrategia de implementación y manejo de medios de comunicación.		
	12. Relaciones Públicas.		
	13. El Patrocinio como Estrategia de Marketing.		
	14. Estrategia del Patrocinio.		
	15. Marketing Avanzado.		
	16. Estrategias online y offline.		
	17. Prácticas avanzadas de marketing.		
	18. Campañas comerciales en ambientes digitales y presenciales.		
	19. Manejo de Agencias de Publicidad Externas.		
	20. Producción audiovisual (toma de fotografías, grabación de video, grabación de audio, conocimientos de los precios de mercado en materiales de comunicación).		
	21.Email Marketing.		
	22. Google adwords.		
	23. Google analitycs.		
	24. Facebook Add.		
	25. Landing page.		
	26. Generación y diseño de contenido digital.		
	27. Social Media.		
	28. Mercadeo en YouTube.		
	29. Inbound/Outbound.		
	30. Branding online.		
	31. UX (usabilidad).		
	32. Mobile Marketing.		
	33. Diseño de estrategias y campañas comerciales en ambientes digitales y presenciales.		
	34. Presupuesto Público.		
	35. Big Data Básico		
	36. CRM: Capacidad de elaborar estrategias entorno al cliente, enfocado en 3 aspectos importantes: Captación de clientes, Retención o fidelización de clientes y Estrategia de segmentación que complemente a las diferentes acciones y estrategias de Mercadeo Digital.		
*** Los requisitos técnicos exigibles deben ser presentados con respaldo por medio de certificaciones de participación, aprovechamiento, cursos o similares. Los requisitos técnicos exigibles serán evaluados por medio de la prueba de conocimiento que forma parte del proceso de selección.**			

CÓDIGO	REQUISITOS TÉCNICOS DESEABLES				
	1.Normativa externa relacionada con la Superintendencia General de Entidades Financieras (SUGEF).				
	2.Normativa externa relacionada con La Superintendencia General de Valores (SUGEVAL).				
	3.Normativa externa relacionada con la Superintendencia de Pensiones (SUPEN).				
	4.Normativa externa relacionada con la Contraloría General de la República.				
	5.Normativa externa relacionada con el Banco Central.				
	6.Ofimática.				
CÓDIGO	**SISTEMAS UTILIZADOS**				
	Sistema de Presupuesto (SIPRE).				
	Sistema Control de Acuerdos y Recomendaciones (CAR).				
	Plataformas Dashboard.				
	Sistema CRM.				
CÓDIGO	**COMPETENCIAS REQUERIDAS**				
PERFIL KOMPE DISC:		**PERFIL: JEFATURA DE SOPORTE**			
CÓDIGO	**Cardinales:**	**D**	**C**	**B**	**A**
CAR-01	Compromiso Social				
CAR-02	Orientación al Cliente				
CAR-03	Innovación y Creatividad				
CAR-04	Orientación al Logro				
CAR-05	Seguimiento de procedimientos				
CÓDIGO	**Gerenciales:**	**D**	**C**	**B**	**A**
GER-01	Desarrollo de Otros				
GER-02	Dirección de Equipo				
GER-03	Seguimiento de la Gestión				
CÓDIGO	**Del Negocio:**	**D**	**C**	**B**	**A**
NEG-01	Análisis de la Información				
NEG-02	Negociación				
NEG-03	Persuasión				
NEG-04	Manejo Emocional				
NEG-05	Trabajo en Equipo				
CÓDIGO	**Del Soporte:**	**D**	**C**	**B**	**A**
SOP-01	Planeación				
SOP-02	Practicidad				
SOP-03	Precisión				
CÓDIGO	**DISC - Personalidad**	**D**	**C**	**B**	**A**
DISC-01	Dominancia				
DISC-02	Influencia				
DISC-03	Estabilidad				
DISC-04	Conformidad				
Observaciones:	**Se crea el Perfil de cargo, mediante HT-14-GGC-2020 de la Gerencia General Corporativa, de fecha 14 de enero de 2020. Referencia DIRGE-26-2020 y DIRCH-13-2020.** **Se agregan las funciones Relacionadas con Riesgo, según autorización brindada por la Gerencia General Corporativa mediante HT-493-GGC-2019, de fecha 14 de octubre de 2019.** **Se ajustan requisitos académicos y experiencia de acuerdo al Manual de Puestos, mediante oficio GGC-1236-2020 aprobación de la GGC, fecha de aprobación 03 de agosto del 2020. Referencia DIRCH-539-2020.**				